

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi Sumber Daya Alamnya sehingga menjadi harapan masyarakat dengan kekayaan alam tersebut, Negara bertanggung jawab untuk mensejahterakan masyarakat salah satunya melalui perusahaan-perusahaan sebagaimana yang terjadi begitu banyak perusahaan dengan tujuan melakukan pengelolaan terhadap Sumber Daya Alam, sehingga pemerintah melalui berbagai upaya dan memuat berbagai aturan dan kemampuan perusahaan dapat memberikan pendapatan terhadap Negara dan memajukan masyarakat. pada UU PT ialah pasal 74 poin satu melaporkan perseroan yang melaksanakan aksi dunia bisnis serta berkaitan serta sumber daya alam perlu melakukan tanggung jawab sosial dan alam. Poin dua bermakna, tanggung jawab sosial serta alam itu melahirkan komitmen perseroan yang dijumlah dan dikalkulasi seperti anggaran perseroan yang dijumlah dan dikalkulasi sebagai biaya perseroan yang aplikasinya dilakukan dengan memperhatikan keselarasan dan kebiasaan. Poin tiga menentukan, perseroan yang tak melakukan tanggung jawab seperti pasal 1 dikenai denda sesuai keputusan kebijakan perundang-undangan. Poin empat memberitahukan bahwa ditetapkan lebih lanjut mengenai tanggung jawab dan alam tertata dengan peraturan pemerintah.

Rencana *Corporate Social Responsibility* ini merupakan salah satu ancangan transformasi ataupun pembangunan masyarakat khususnya development sumber daya

manusia yang dilakukan oleh perusahaan seperti unsur dari tanggung jawab sosialnya. Ancangan berdiri dari pandangan bahwa perusahaan wajib berkontribusi terhadap development pada lokasi perusahaan bekerja. Oleh sebab itu *Corporate Social Responsibility* terbentuk menjadi etika bisnis yang pertama paham asal-usul perkembangan kapitalisme global. Ancangan *Corporate Social Responsibility* ini bermaksud agar masyarakat bisa ikut terlibat ataupun sebagai bagian dari perusahaan tersebut dan menikmati keuntungan dari eksistensi perusahaan dilingkungan tersebut. Implementasi *Corporate Social Responsibility* wajib sebagai suatu faktor dalam kedudukan bisnis dan terlibat dalam prosedur bisnis perusahaan sehingga dunia bisnis tak hanya suatu jaringan yang mengarah atas pendapatan keuntungan tertinggi namun juga menggambarkan suatu jaringan pengkajian, setiap perseorangan yang berperan didalamnya mempunyai kesadaran sosial dan rasa memiliki tidak hanya pada lingkungan organisasi semata-mata melainkan pada alam dimana perusahaan berada.

Corporate Social Responsibility menjadi isu penting dalam menjamin kelangsungan hidup dunia usaha saat ini. Dunia usaha tidak akan bisa berkembang tanpa memperhatikan situasi dan kondisi lingkungan sosial dimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* menjadi suatu keharusan bagi perusahaan dalam mendukung aktivitas bisnisnya, bukan hanya sekedar pelaksanaan Tanggung Jawab tetapi menjadi suatu kewajiban bagi dunia usaha. Masalah, ekonomi, sosial dan lingkungan hidup sekarang semakin kacau lebih-lebih yang berhubungan sama perseroan ataupun pertambangan. Hal tersebut memotivasi pemerintah selama

melaksanakan regulasi mengaplikasikan secara antusias kinerja tanggung jawab perseroan dengan menciptakan persepsi tanggung jawab sosial dalam perseroan. pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* diIndonesia ditata selama peraturan perundang-undangan, terkait ketetapan Menteri. Sebagai ketetapan Menteri BUM.N No. Kep. 236/MBU/2003 mengenai Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara serta Usaha Kecil serta Program Bina Lingkungan (PKBL), UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal Asing UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Didalam Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007, pasal 74 ayat 2 dinyatakan bahwa *setiap perusahaan yang mengutamakan keuntungan “wajib” mengalokasikan dana perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.* Mengenai besarnya anggaran *Corporate Social Responsibility* ditentukan maksimal 2% dari keuntungan perusahaan, lebih-lebih dari perseroan BUMN.¹ Keuntungan tercatat dipergunakan selama kegiatan seperti simpan pinjam untuk modal usaha, pembentukan kawasan, pemberdayaan ekonomi masyarakat developemnt infrastruktur agar lingkungan perseroan terstruktur selaras tak kotot. Akibat lingkungan kotor yang dihuni warga masyarakat sekitar membuat citra perusahaan melemah.

¹Partini. 2013. *CSR dan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Implementasi CSR PTBA di Muara Enim, Sumatra Selatan)*. J. Manusia dan Lingkungan. Vol 20, No. 1 <https://jurnal.ugm.ac.id/JML/article/view/18476>.

Pribadi (2011) dalam penelitiannya *Corporate Social Responsibility* sebenarnya tidak membagikan produk finansial dalam jangka pendek. Akan tetapi *Corporate Social Responsibility* akan membagikan produk baik secara serentak maupun secara tidak serentak pada finansial perseroan di masa akan datang. Dan begitu andaikata perseroan melaksanakan kinerja *Corporate Social Responsibility* berkeinginan keberlanjutan maka perusahaan akan terjaga dengan baik. Oleh sebab itu *Corporate Social Responsibility* lebih akurat digolongkan sebagai penanaman modal dan sebagai pendekatan bisnis perusahaan. Tetapi pada hakikatnya tak sebegitu bahwa yang sebetulnya rencana tanggung jawab sosial perseroan ataupun *Corporate Social Responsibility* hadir seperti pengaruh adanya realitas bahwa pada dasarnya perilaku alamiah dari setiap perusahaan adalah mengetahui kegunaan semaksimal kelihatannya tanpa memperdulikan keselamatan pekerja, publik maupun lingkungan alam. Dari sekian banyak perusahaan yang ada bahkan ada yang belum menjalankan program *Corporate Social Responsibility* dengan sebaik-baiknya yang sesuai dengan undang-undang yang telah ditentukan. *Corporate Social Responsibility* sangat berperan penting untuk memajukan perekonomian masyarakat sekitar karena itulah disebut sebagai bank dunia.

Pada dasarnya *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan oleh sebuah perusahaan harus berjalan dengan baik dan sesuai dengan ketentuan karena *Corporate Social Responsibility* menjadi tanggung jawab perseroan demi melakukan kontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk bekerjasama dengan

masyarakat sekitar untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara meningkatkan perekonomian masyarakat yang ada di sekitar perusahaan. Keberadaan perusahaan seharusnya mampu memberdayakan masyarakat untuk diajak bekerjasama dalam aktivitas bisnis perusahaan agar perekonomian masyarakat sekitar mengalami peningkatan. Namun pada kenyataannya masih banyak perusahaan yang masih belum menerapkan *Corporate Social Responsibility* dengan baik dan tidak melibatkan masyarakat dalam aktivitas bisnis perusahaan dan juga tidak memberdayakan masyarakat sekitar. Jadi *Corporate Social Responsibility* yang baik harus berjalan sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.

Industri pariwisata Indonesia merupakan salah satu sektor unggulan dalam peningkatan perekonomian nasional, ini disebabkan karena industri pariwisata tidak hanya sebagai penambah devisa negara tetapi membuka lapangan kerja bagi masyarakat. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal pengembangan industri pariwisata harus diikuti dengan pengembangan industri lain sebagai pendukung, salah satu industri pendukung adalah industri pertambangan dimana dalam perusahaan ini menerapkan konsep pengembangan dengan mengelolah satu pantai yang ada sekitar perusahaan PT. AMNT, usaha yang bisa dinikmati dari segi harga yang terjangkau sarana untuk masyarakat sekitar dan dengan cara tersebut perusahaan juga melibatkan dan dirasakan langsung dampaknya oleh masyarakat hal ini dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar .

Pariwisata pun menyatakan aktivitas sosial yang dilakukan dan dihasilkan untuk bermacam-macam aturan asosiasi, jaringan dan komunitas masyarakat yang memegang peran ataupun mewujudkan tanggung jawab juga berpengaruh pada ekonomi, politik maupun sosial budaya dan sebagainya terhadap individu, masyarakat luas, dan kelompok sosial lainnya. Kegiatan wisata meningkat secara luas merasuk di saat kesibukan individu serta masyarakat di seluruh dunia. Sirkulasi tindakan kepariwisataan semakin menyebar pada, pedesaan, perkotaan, pegunungan, pantai, maupun pinggiran hutan, dan sebagainya.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* perseroan wajib mengimplikasikan masyarakat sekeliling baik selaku subyek ataupun objek. Kinerja tersebut dikarena masyarakat yaitu salah satu bagian yang paling pokok serta benar-benar berdampak terhadap keberadaan serta keberlanjutan suatu perseroan. Lalu masyarakatlah yang paling merasakan akibat dari bermacam-macam kegiatan produksi ataupun aktifitas lainnya yang dilakukan maka akibat tersebut antara lain terutama akibat ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan hidup. Pada hal ini perseroan ataupun pertambangan tak dipaksakan akan menggantikan kedudukan penguasa yang wajib melindungi penduduknya akan tetapi yang dimaksud bisa mendukung dan bertindak aktif pada keberlangsungan hidup warga masyarakat di sekitarnya. Apabila itu dilakukan lalu akan membagikan efek karambol alokasi eksistensi perseroan pertambangan itu sendiri secara tidak langsung boleh meninggikan citra perusahaan pertambangan di mata masyarakat terlebih Negara. Penggambaran ini

dibutuhkan agar perseroan maupun pertambangan mendapatkan pengakuan dari masyarakat, sehingga citra perusahaan di masyarakat akan tinggi. Citra perusahaan yang tinggi tidak menutup kemungkinan juga akan mendongkrak tingkat pembelian yang efeknya juga menaiki produktifitas perusahaan.

Pengeelolaan kegiatan pertambangan tidak dapat dilepaskan dari pasal 33 Undang-undang Dasar 1945 ayat (3) yang menegaskan *bahwa “bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat”*.² Bersumber pada haal terseebut, sejaatinya manfaat yaang sebagai poin dari tindakan ini tidak hanya untuk pemegang bisnis pertambangan serupa, melainkan lebih luas yakni untuk pelampiasan keepentingan hidup orang banyak sehingga sanggup mengamalkan kualitas untuk peningkatan wilayah dan masyarakat di sekitar perseroan baik secara langsung maupun tidak langsung secara berkelanjutan. Penyelenggaraan pertambangan berkelanjutan yang dimaksudkan berlandaskan pada perspektif sosial, ekonomi, dan lingkungan. Perseroan pada situasi ini dihadapkan pada tanggung jawab yang berdasarkan pada perspektif keeuntungan secara ekonomis (*profit oriented*), serta perspektif sosial dan lingkungan (*social and environmental oriented*). Bersumber pada hal ini menyadarka tujuan semata-mata pada perspektif finansial tidak menjamin perseroan bisa tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Salah satu penyelenggaraan *Corporate Social*

² Suhardiman Gumanti, Restu Juniah, Ridhah Taqwa (2016). *Kajian Implementasi Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan (Corporate Social Responbility) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat dan Lingkungan*. Jurnal Empitika. Volume 1, Nomer 2.

Responsibility pada PT. Amman Mineral Nusa Tenggara yakni di sektor Pariwisata, dimana dalam sektor ini akan berfokus pada peningkatan potensi wisata yang memajukan kegiatan dan perkembangan ekonomi masyarakat.

PT. Amman Mineral Nusa Tenggara (PT. AMNT) yakni sebuah perseroan tambang Batu Hijau yang terletak di bagian barat daya pulau Sumbawa, di Kecamatan Sekongkang, Kabupaten Sumbawa Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Lokasi Batu Hijau yang berjarak 81 km dari Mataram mampu dicapai melalui pesawat ampibi (*seaplane*) perseroan ataupun memanfaatkan transportasi laut berupa ferry umum dari dermaga Kayangan dipulau Lombok.³

PT. Amman Mineral Nusa Tenggara berada dibawah *Newmont Mining Corporation* yang melahirkan sebuah perseroan yang berbasis di Denver, Colorado, Amerika Serikat. *Newmont Mining Corporation* didirikan ditanggal dua Mei 1921 di New York oleh Kolonel William Boyce Thompson sampai detik ini mempunyai 12 tambang besar yang tersebar di Afrika, Amerika Latin, Amerika Utara, Asia Pasifik dan Indonesia. Nama Newmont dipilih oleh pendirinya yaitu Kolonel William Boyce Thompson sebagai singkatan New York dan Montana karena dibesarkan di Montana, dan menjalankan perseroannya di New York. *Newmont Mining Corporation* di Indonesia memiliki 2 cabang, yaitu PT. Newmont Minahasa Raya (PT. NMR) dan PT.

³ Hariani, Z . 2017. *EVALUASI PROGRAM SUSTAINABLE MINING BOOTCAMP (SMB) PT. AMMAN MINERAL NUSA TENGGARA (PT. AMNT) PERIODE 2015-2016 DI KABUPATEN SUMBAWA BARAT* <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/16069/6BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllo wed=y> .

Newmont Nusa Tenggara (PT. NNT). Namun pada 2 November 2016 lalu PT. Newmont Nusa Tenggara (PT. NNT) telah sah berganti nama menjadi PT. Amman Mineral Nusa Tenggara (PT. AMNT) karena PT Amman Mineral Internasional (PT. AMI) melalui PT. Medco Energi Internasional Tbk mengambil alih saham sebesar 82,2%. PT. Amman Mineral Nusa Tenggara (PT. AMNT) menandatangani Kontrak Karya pada tahun 1986 dengan Pemerintah RI untuk melakukan pemanfaatan di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). PT. Amman Mineral Nusa Tenggara (PT. AMNT) menemukan tambang tembaga profiri pada tahun 1990, yang kemudian diberi nama Batu Hijau. Setelah penemuan tersebut, dilakukanlah pengkajian teknis dan lingkungan selama enam tahun. Kajian tersebut disetujui pemerintah Indonesia pada 1996 dan menjadi dasar dimulainya pembangunan Proyek Tambang Batu Hijau, dengan total investasi US\$ 1,8 Miliar. Proyek pembangunan tambang, pabrik dan prasarannya selesai pada 1999 dan sejak berjalan secara maksimum pada bulan Maret tahun 2000 dan persiapan pembubaran tambang di puncak tahun 2020.

Prinsip yang tertuang dalam konsep *Corporate Social Responsibility* di atas juga selaras dengan konsep tentang pengelolaan pertambangan yang baik dan benar (*good mining practices*). Menurut Suyartono (2013), pengelolaan pertambangan yang baik dan benar mutlak sebagai pijakan dalam pelaksanaan aktifitas pertambangan masa kini. Sebagai jenis sumber daya yang habis pakai (*unrenewable resources*), bahan galian termasuk batubara harus mampu dimanfaatkan secara optimal termasuk juga mampu

melindungi fungsi-fungsi lingkungan, masyarakat, serta terlindunginya keselamatan dan kesehatan para pekerja.⁴

Berdasarkan konsep ini beberapa poin memperlihatkan adanya faktor penting dalam pelaksanaan *good mining practices* yang menyangkut masyarakat dan lingkungan. Oleh sebab itu diharapkan sebuah perusahaan pertambangan mampu memberikan peningkatan kesejahteraan kepada *stakeholder*-nya termasuk keterlibatan masyarakat dalam tahapan kegiatan pertambangan dengan memperhatikan kualitas lingkungan ke arah yang lebih baik. Hal ini menjadi penting untuk merubah paradigma yang berkembang selama ini dalam beroperasionalnya sebuah industri pertambangan karena dalam hal tertentu industri pertambangan sering menjadi tertuduh utama dalam masalah kerusakan lingkungan. Ini di dasarkan atas kegiatan operasionalnya yang memiliki hubungan dengan perubahan bentang alam dalam mengeksploitasi sumber daya alam. Program-program *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan seringkali kurang menyentuh akar permasalahan komunitas yang sesungguhnya. Seringkali pihak perusahaan masih menganggap dirinya sebagai pihak yang paling memahami kebutuhan komunitas, sementara komunitas dianggap sebagai kelompok pinggiran yang menderita sehingga memerlukan bantuan perusahaan.⁵ Di samping itu,

⁴ Suhardiman Gumanti, Restu Juniah, Ridhah Taqwa (2016), Suhardiman Gumanti, Restu Juniah, Ridhah Taqwa (2016). *Kajian Implementasi Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan (Corporate Social Responsibility) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat dan Lingkungan*. Jurnal Empitika. Volume 1, Nomer 2.hlm. 113

⁵ Hasan Asy'ari. 2009. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Sosial pada PT Newmont*. Magister Ilmu Hukum Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang. <https://core.ac.uk/download/pdf/11717240.pdf>.

aktivitas *Corporate Social Responsibility* dianggap hanya semata-mata dilakukan demi terciptanya reputasi perusahaan yang pasif bukan demi perbaikan kualitas hidup komunitas dalam jangka panjang. Berdasarkan penjelasan di atas saya tertarik melakukan penelitian dengan judul “Implementasi program *Corporate Social Responsibility* pada masyarakat melalui kepariwisataan di sekitar PT. Amman Mineral Nusa Tenggara”. Peneliti memilih PT. Amman Mineral Nusa Tenggara sebab perseroan terbilang merupakan perseroan multinasional pada ranah Kabupaten Sumbawa Barat yang berjalan pada aspek pertambangan.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada masyarakat melalui kepariwisataan PT. Amman Mineral Nusa Tenggara?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada masyarakat sekitar PT. Amman Mineral Nusa Tenggara.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, memperkaya wawasan dan memberikan kontribusi bagi pengembangan modal sosial dari James Coleman

1.4.2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan implementasi program *Corporate Social Responsibility* pada masyarakat melalui kepariwisataan di PT. Aamman Mineral Nusa Tenggara, dan dapat dijadikan bahan rujukan bagi penelitian berkaitan dengan tema yang serupa.

1.5. Definisi Konseptual

1.5.1. Implementasi

Implementasi yaitu satu kegiatan ataupun penerapan dari sebuah konsep yang sudah dilakukan secara mendalam serta terperinci. Penerapan mewujudkan realisasi dari perseroan buat tetap akrab bersama masyarakat. penerapan tanggung jawab perseroan yaitu satu penerapan rencana yang menitikberatkan pada kepedulian, ikatan, keselamatan serta kontribusi rela yang wajib dilakukan bagi perseroan kepada pekerja, masyarakat ataupun lingkungan (Hidayatullah, 2007; Julianda, 2013).

1.5.2. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggung jawab sosial perseroan ataupun yang kian dikenal sama *Corporate Social Responsibility* melahirkan persepsi yang diperkenalkan oleh John Elkington tahun 1997 lewat bukunya yang berjudul *Cannibals with Forks, The Triple Bottom Line*

of Twentieth Century Business (dalam Wibisono, 2007). Elkington mendatangkan persepsi *triple bottom line* sebagai faktor utama atas tanggung jawab sosial perseroan. Perseroan tak semata-mata diarahkan pada persoalan perekonomian (*profit*,) ataupun *single bottom line*, namun wajib memperhatikan segi manusia juga segi lingkungan hidup. Joyner and Payne (2002) keuntungan sebenarnya menjalankan target penting demi keberlangsungan hidup perseroan ataupun demi mewujudkan citra perseroan yang tinggi.⁶

1.5.3. Program

Pengertian program tanggung jawab sosial perusahaan / *Corporate Social Responsibility* yang selanjutnya disingkat *CSR* secara umum dapat didefinisikan sebagai “komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu isu tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk menciptakan suatu lingkungan yang lebih baik.” Secara khusus dapat didefinisikan sebagai “Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia dan lingkungan secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan profesional.

1.5.4. Masyarakat

⁶ Partini. 2013. *CSR dan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Implementasi CSR PTBA di Muara Enim, Sumatra Selatan)*. J. Manusia dan Lingkungan. Vol 20, No. 1 <https://jurnal.ugm.ac.id/JML/article/view/18476>. hlm. 87

“Masyarakat” yang bermakna pergaulan hidup kumpulan manusia yang hidup bersama pada satu area beserta susunan peraturan tertentu. Masyarakat menurut Hasan Sadily (1993) dalam Abied (2011) membagikan penjelasan bahwa masyarakat yaitu satuan yang sering berganti, yang hidup sebab metode masyarakat yang menimbulkan terjadi sistem peralihan tersebut.

1.5.5. Kepariwisataan

Kepariwisataan yaitu tindakan ataupun seluruh objek yang berkaitan sama pariwisata. Karakter tindakan pariwisata ialah ekonomi kultur, dan sosial yang muncul menjadi dampak dari perjalanan wisata. Kepariwisataan melahirkan bentuk aktivitas yang menghimpun tanggung jawab dan peranan yang saat sistem sama-sama terikat demi menciptakan maksud peningkatan bisnis pariwisata. Poin-poin tersebut diorganisir dditata sebagai dasar bantuan jasa pariwisata demi adanya kebutuhan kepariwisataan di antaranya: objek dan daya tarik wisata di daerah tujuan wisata, wisatawan, biro perjalanan wisata, pramuwisata, transportasi, akomodasi wisata, usaha cinderamata, masyarakat, pemerintah dan sebagainya.⁷

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dikembangkan dengan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan dan

⁷ R.B. Soemanto, M.A. *Pengertian Pariwisata, Sosiologi, Dan Ruang Lingkup Sosiologi Pariwisata*.

mengurai keadaan se jelas mungkin tanpa ada perlakuan objek yang di teliti. Dalam penelitian ini peneliti mencoba menggambarkan “implementasi program *Corporate Social Responsibility* pada masyarakat melalui kepariwisataan di PT. Amman Mineral Nusa Tenggara”.

Menurut, Krik dan Miller mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan social yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan pengistilahannya (Moleong, Lexi J. 2004:4)

Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif karena peneliti ingin mengetahui implementasi *Corporate Social Responsibility* dan ingin memperoleh pemahaman yang lebih di PT. Amman Mineral Nusa Tenggara di Kecamatan Sekongkang Kabupaten Sumbawa Barat.

Penelitian deskriptif adalah pendekatan kualitatif yang penelitiannya menjelaskan masalah yang terjadi pada masa sekarang atau sedang berlangsung. Penelitian ini merupakan penelitian yang mendiskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian atau fenomena yang terjadi. Sudjana (2001: 64). Penelitian deskriptif digunakan ini digunakan karena untuk mengetahui implementasi program *Corpotare Social Responsibility* masyarakat melalui kepariwisataan di PT. Amman Mineral Nusa Tenggara yang berada di Kecamatan Sekongkang Kabupaten Sumbawa Barat.

Data tersebut, dideskripsikan dan digambarkan secara lebih jelas dan lebih mendalam, karena hanya memfokuskan pada beberapa aspek saja, seperti “implementasi program *Corpocate Social Responsibility* pada masyarakat melalui kepariwisataan” yang terjadi di masyarakat sekitar PT. Amman Mineral Nusa Tenggara. Pendekatan deskriptif ini digunakan dikarenakan dalam teknik pengumpulan datanya lebih efektif untuk mendapatkan data dari partisipan atau subjek. Metode kualitatif ini digunakan selama mengungkap ataupun menguasai entitas di balik fakta ataupun peristiwa yang segelintir belum diketahui oleh halayak umum.⁸

1.6.2. Unit analisis

Peneliti menggunakan analisa mikro, karena di analisa mikro menjelaskan suatu fenomena sosial dengan suatu fokus pada interaksi sosial. Interaksi sosial disini adalah bentuk dari implementasi program *Corpocate Social Responsibility* pada masyarakat melalui kepariwisataan dalam PT. Amman Mineral Nusa Tenggara. Setelah PT. Amman Mineral Nusa Tenggara, mengeluarkan *Corpocate Social Responsibility* masyarakat akan bisa merasakan dampak dari *Corpocate Social Responsibility* yang di jalankan oleh PT. Amman Mineral Nusa Tenggara.

1.6.3. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih oleh peneliti adalah berada dalam Kecamatan Sekongkang Kabupaten Sumbawa Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Peneliti ingin

⁸Anslem Strauss dan Imam Muttaqien. 2007. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. hlm 5. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.

menggalai program *Corporate Social Responsibility* pada masyarakat melalui kepariwisataan yang ada pada PT. Amman Mineral Nusa Tenggara, karena dalam suatu perusahaan pasti ada kendala dalam melaksanakan yang namanya tanggung jawab sosialnya sehingga peneliti ingin melihat apakah *Corporate Social Responsibility* yang diterapkan oleh PT. AMNT sudah terlaksana sesuai dengan ketentuan atau hanya dijadikan sebagai citra perusahaan.

1.6.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini yakni memanfaatkan sumber data primer serta sekunder. Data primer diperoleh dari subjek yaitu pedagang di pesisir pantai Maluku dan masyarakat sekitar. demi memanfaatkan teknik pengumpulan data yakni observasi non partisipatoris serta wawancara tidak terstruktur. Observasi digunakan untuk menjelajahi semua faktayang ada lewat observasi refleksi yang dilakukan oleh peneliti terhadap kondisi subyek peneliti. Ditandai oleh adanya hubungan tepat pada peneliti dengan yang akan diteliti.⁹

Observasi dilakukan untuk dapat memahami program *Corporate Social Responsibility* dengan lingkungannya yaitu masyarakat PT. Amman Mineral Nusa Tenggara.¹⁰ Yang terjadi data observasi penelitian ini mencakup “*place*” yakni lokasi terjadinya program *Corporate Social Responsibility* dengan warga atau masyarakat di

⁹Sutrisno Hadi. 2002. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset. Hlm 151.

¹⁰Pupu Saeful Rahmat. 2012. *Penelitian Kualitatif*. http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal_Penelitian-Kualitatif.pdf.

PT. Amman Mineral Nusa Tenggara di Kecamatan Sekongkang Kabupaten Sumbawa Nusa Tenggara Barat. sedangkan yang menjadi “aktor” yaitu beberapa staf PT. Amman Mineral Nusa Tenggara dan warga setempat.

Wawancara pada observasi ini dilakukan secara tidak berstruktur, dimana begitu fakta yang didapatkan oleh penyidik dirasa kurang memadai hingga penyidik akan melangsungkan wawancara ulang kepada subjek yang akan diteliti. Wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk saling memberikan informasi dan ide melalui adanya tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu.¹¹ Data sekunder adalah data yang diterima ataupun didapatkan dari internet bersama sumber yang bertanggung jawab, dari link perseroan dari sumber yang tak berkaitan langsung pada subjek penelitian. Data ini diperoleh dari hasil dokumentasi, internet dan sumber lainnya yang relevan. Data yang didapat dari penelitian ini yakni rakitan dokumentasi sebagian informan beserta dari internet.

1.6.5. Teknik Penentuan Subjek

Subjek penelitian ditemukan melalui teknik memilih informannya buat dijadikan “*key informan*”¹². Saat pemungutan data lapangan. Subjek penelitian mewujudkan sumber informasi untuk menggali data, mengenai informan yakni orang yang dapat di manfaatkan untuk menyampaikan segala informasi mengenai keadaan dan konteks latar penelitian dan mengetahui alur Corporate Social Responsibility yang

¹¹Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta hlm 72.

¹²Sukardi. 1995. *Penelitian Subjek Penelitian*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian IKIPYogyakarta hlm 7-8.

diterapkan oleh perusahaan. Jadi dapat disimpulkan, subjek harus memiliki banyak pengalaman tentang latarbelakang tersebut.¹³ Subjek dari penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*.¹⁴ *Purposive sampling* adalah teknik sampling yang sudah menjadi criteria peneliti yang sudah sesuai dengan apa yang ingin diteliti yaitu :

1. Masyarakat pengelola kepariwisataan (penanggung jawab)
2. Pengunjung
3. Masyarakat sekitar pantai
4. Pedagang

1.6.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah sama dengan halnya menguraikan kembali data menguraikan data sehingga data tercatat keputusannya akan mampu ditarik kesimpulan¹⁵ Langkah-langkah yang perlu dilakukan saat menganalisis data yakni :¹⁶

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah data untuk merangkum kemudian data yang ada dipilih yang terpenting, dicari bentuk serta temanya lalu dilakukan demi membentuk abstraksi. Data yang direduksi berbentuk catatan kecil buatan dari wawancara langsung dengan para informasi, sebagian dokumentasi yang diperoleh disaat

¹³Lexy. J. Moleong. 1994. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. hlm 90.

¹⁴Anslem Strauss dan Imam Muttaiqien. 2007. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. hlm 5. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.

¹⁵Lexy. J. Moleong. 1994. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. hlm 330.

¹⁶Ibid, hlm 178

wawancara dengan para pengunjung dan pedagang dan masyarakat di sekitar PT. Amman Mineral Nusa Tenggara.

2. Deskripsi Data

Menguraikan implementasi *Corpocate Social Responbility* pada masyarakat PT. Amman Mineral Nusa Tenggara. yang sebuah interaksi social berdasarkan dengan apa yang dilihat ataupun diperoleh semasa penelitian. Yang digali adalah bagaimana implementasi program *Corpocate Social Responbility* pada masyarakat melalui kepariwisataan di PT. Amman Mineral Nusa Tenggara.

3. Pengambilan Kesimpulan

Data berupa notaris hasil wawancara observasi maupun dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti lalu disusun dan selanjutnya dibuat kesimpulan. Kesimpulan yang didapatkan dari peneliti yaitu ditemuannya adalah implementasi program *Corpocate Social Responbility* pada masyarakat melalui kepariwisataan di PT. Amman Mineral Nusa Tenggara.